

СЕКЦІЯ 1

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ, МОДЕЛІ, ІНДИКАТОРІВ ТА СТАНДАРТІВ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

ІНКЛЮЗИВНИЙ ПІДХІД У СФЕРІ КОНСАЛТИНГУ ТА ПРОФЕСІЙНІ ПОСЛУГИ «PRO BONO»

О. С. МАРЧЕНКО, д-р екон. наук, проф.,
проф. кафедри економічної теорії

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, м. Харків

Консалтинг як підприємницькій діяльності професіоналів із різних галузей знань з надання допомоги населенню, бізнесу, державним та громадським організаціям у розв'язанні їх проблем з метою досягнення споживачами певних результатів та отримання прибутку, притаманні соціально-економічні обмеження доступу до послуг його суб'єктів.

По-перше, консалтингові послуги є платними, їх ціна визначається кон'юктурою ринку консалтингу, конкуренцією, ціновою політикою консалтингових фірм і, навіть, етичними принципами консультантів, за якими надання послуг за заниженою ціною є проявом квазіконсалтингу, вважається чинником, що руйнує репутацію професіоналів. Рівень цін на консалтингові послуги безпосередньо визначає межу доступу певних верств населення, суб'єктів бізнесу, насамперед, мікро- та малого підприємництва, громадських організацій до професійної допомоги консультантів. Отже, економічним обмеженням доступу до консалтингу є платність професійної допомоги, що виштовхує з консалтингового ринку споживачів, неспроможних оплатити консалтингові послуги.

По-друге, економічні обмеження є чинником соціальних перешкод щодо доступу до послуг консалтингу. Ті прошарки населення, які мають мінімальні доходи, суб'єкти малого підприємництва-фізичні та юридичні особи, доходи яких не забезпечують розширеного відтворення бізнесу, громадські організації з низьким бюджетом фактично виключені зі сфери консалтингу як ретранслятора нових знань та інформації. І це не тільки економічне, а й соціальне обмеження, оскільки, така ситуація демонструє їх відторгнення від професійної допомоги, отже, і від знань сучасних заходів соціального захисту населення, новацій бізнесу та управління, заходів та форм громадської діяльності тощо. У свою чергу, соціально-економічні бар'єри доступу до послуг консалтингу обмежують його можливості як чинника накопичення та розвитку інтелектуального капіталу людини, бізнесу, нації, впровадження у практику

інтелектуальних продуктів-новацій, адаптації поведінки економічних агентів до вимог та викликів сьогодення, формування сучасної економічної культури та мислення.

На подолання бар'єрів доступу до консалтингу спрямовано інклюзивний підхід до процесу надання консалтингових послуг, змістом якого є формування та використання системи заходів, що сприяють залученню до користування послугами консалтингу тих верств населення, суб'єктів бізнесу, громадських організацій, які, за звичайних умов, відторгнуті від професійної допомоги у розв'язанні їх проблем.

Одним з ефективних та визнаних у професійній спільноті напрямів реалізації інклюзивного підходу є надання консалтингових послуг «pro bono» (від лат. pro bono publico – заради суспільного блага) – це добровільні дії фахівців із різних галузей знань з надання професійної допомоги тим, хто її потребує, але має фінансові, соціальні та інші обмеження щодо її отримання. «Pro bono – це професійні послуги, що надаються безкоштовно для суспільного блага» [1]. Така безоплатна професійна допомога дуже поширена в європейських країнах і США. Прикладом успішної діяльності «на суспільне благо» є фонд Taproot Foundation, з допомогою якого в громадський сектор інвестовано знань і послуг професіоналів на більш, ніж 152 млн доларів [2].

Консалтингові послуги «probono» мають такі основні характеристики:

- професійність – консалтингові послуги «pro bono» як і платні послуги надаються професіоналами консалтингу. «Pro bono» – це широкий спектр професійних послуг, які відповідають всім вимогам та критеріями якості консалтингової діяльності;

- добровільність – консультанти за власним рішенням надають ці послуги, більш того, вважають допомогу «pro bono» важливим фактором підвищення їх професійної репутації. Добровільність професійних дій «pro bono» пов'язана з усвідомленням консультантами їх соціального значення та власної соціальної ролі і відповідальності;

- безкоштовність для клієнта і некомпенсованість витрат для консультанта. Для порівняння, безоплатна правова допомога, як і юридичні послуги «pro bono», є безкоштовними, але витрати адвокатів на її здійснення компенсуються за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів. Отже, це не є послугами «pro bono», витрати консультантів на надання яких не компенсуються;

- соціальна ефективність – послуги «pro bono» є соціальними, оскільки сприяють подоланню існуючих для малозабезпечених верств населення, суб'єктів малого бізнесу, неприбуткових громадських організацій бар'єрів доступу до професійної допомоги у розв'язанні їх проблем. Досягнення суспільного блага є їх визначальною сутнісною характеристикою. Слід підкреслити, що діяльність «pro bono» є важливою складовою програм соціальної відповідальності консалтингового бізнесу.

Практики «pro bono» потребують, по-перше, соціалізації, тобто, визнання суспільством як ефективних і необхідних для соціально-економічного розвитку

країни напрямів практичної діяльності суб'єктів консалтингу; по-друге, інституціоналізації як визначення, прийняття і дотримання суспільством, державою, професійними спільнотами, саморегулювальними організаціями, консалтинговими фірмами та консультантами правил їх здійснення, які повинні буди закріплені у певних нормативних актах та відповідати чинному законодавству.

Література:

1. Сайт Pro Bono Club Ukraine. URL: <https://probono.org.ua/> (дата звернення 3.01.2020).
2. Україна приєдналась к всемирному движению Pro Bono. URL: <https://www.segodnya.ua/ukraine/ukraina-prisoedinilas-k-vsemirnomu-dvizheniyu-pro-bono-1122287.html> (дата звернення 3.01.2020).

МАРОЧНИЙ КАПІТАЛ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ

О. І. МАСЛАК, д-р екон. наук, проф., зав. кафедри економіки

Н. Є. ГРИШКО, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри економіки

Ю. В. ШЕВЧУК, асистент кафедри економіки

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

М. В. МАСЛАК, канд. екон. наук, ст. викл. кафедри менеджменту
інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Глобалізаційні виклики сьогодення диктують необхідність змін пріоритетів розвитку економік національних господарств в напрямку забезпечення їх інклюзивності. Одним з аспектів цього процесу є розробка механізму формування марочного капіталу, що по суті належить до найдорожчих активів, цінність якого необхідно постійно підвищувати.

Компанії з нагромадженням марочним капіталом мають як економічні привабливості та і переваги в корпоративному та антикризовому управлінні, високу стійкість серед конкурентів, більшу мобільність та швидкість відновлення ринкових позицій.

Активні наукові розробки дефініції «марочний капітал» розпочалися в кінці минулого століття і пов'язані з науковими студіями таких вчених як: Д. Аакер, Ф. Котлер, К. Л. Келлер та ін. Сучасні наукові дослідження також зосереджують велику увагу на означеній проблематиці [5, 6, 7, 8, 9, 10 та ін.].

Так науковці визначаючи сутність марочного капіталу досягають згоди у тому, що він пов'язаний з торговою маркою, назвою, символом [1, 4, 5, 6, 10] та являє собою додану вартість [2, 3, 5]. У такому разі стає можливим говорити про так званий марочний капітал – додаткову вартість продукту, якої він